

# Pengembangan Website Desa untuk Promosi Wisata Desa Patengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat

Yuli Sun Hariyani\*<sup>1</sup>, Hasanah Putri<sup>2</sup>, Kartika Oktaviani<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi D4 Teknologi Rekayasa Multimedia, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia

<sup>2,3</sup>Program Studi D3 Teknologi Telekomunikasi, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Indonesia

\*e-mail: [yulisun@telkomuniversity.ac.id](mailto:yulisun@telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [hasanahputri@telkomuniversity.ac.id](mailto:hasanahputri@telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>,

[kartikaoktaviani@telkomuniversity.ac.id](mailto:kartikaoktaviani@telkomuniversity.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Desa Wisata Patengan menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran digital yang menghambat potensi wisata. Kendala utama meliputi kurangnya media komunikasi yang terintegrasi, rendahnya literasi digital perangkat desa, serta minimnya pengetahuan masyarakat terkait pemasaran digital. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan akses informasi bagi calon wisatawan melalui pembangunan situs web yang informatif dan mudah diakses, sekaligus memberikan pelatihan pemasaran digital kepada perangkat desa. Metode pelaksanaan melibatkan tahapan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan desa, diikuti oleh proses pembangunan situs web dan pelatihan digital marketing. Situs web yang dibangun memuat informasi lengkap tentang daya tarik wisata, fasilitas, layanan desa, serta kegiatan budaya yang dapat dinikmati wisatawan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aksesibilitas informasi wisata desa. Selain itu, pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan pemahaman perangkat desa mengenai penggunaan teknologi digital untuk mendukung promosi dan pemasaran wisata. Program ini diharapkan mampu mendukung pertumbuhan sektor pariwisata di Desa Wisata Patengan dengan menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan pendapatan lokal, serta mendukung kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Dengan penerapan teknologi digital yang optimal, Desa Wisata Patengan dapat menjadi contoh desa wisata yang berhasil mengintegrasikan inovasi digital untuk kemajuan pariwisata dan pembangunan desa.

**Kata kunci:** Desa Wisata, Pemasaran Pariwisata, Promosi Digital, Website

## Abstract

The Patengan Tourism Village faces various challenges in digital marketing that hinder its tourism potential. The main issues include a lack of integrated communication media, low digital literacy among village officials, and limited community knowledge about digital marketing. This initiative aims to enhance information accessibility for potential tourists through the development of an informative and user-friendly website, while also providing digital marketing training for village officials. The implementation methods include stages of observation and interviews to identify the village's needs, followed by website development and digital marketing training. The developed website provides comprehensive information on tourist attractions, facilities, village services, and cultural activities that tourists can enjoy. The results of this activity show a significant improvement in the accessibility of tourism information for the village. Additionally, the training successfully enhanced the understanding of village officials in utilizing digital technology to support tourism promotion and marketing. This program is expected to support the growth of the tourism sector in Patengan Tourism Village by attracting more visitors, increasing local income, and promoting the sustainable welfare of the community. With optimal implementation of digital technology, Patengan Tourism Village can become an exemplary tourist village that successfully integrates digital innovation for the advancement of tourism and village development.

**Keywords:** Digital Promotion, Tourism Marketing, Tourism Village, Website

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat dan cepat sangat berdampak bagi masyarakat dalam menjalani kehidupan dalam berbagai bidang seperti bidang pendidikan, ekonomi, informasi, maupun komunikasi. Dengan adanya akses internet, hal ini memudahkan masyarakat mencari informasi yang dibutuhkan. Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa dampak signifikan di berbagai bidang, termasuk pariwisata. Internet mempermudah masyarakat dalam mencari informasi, dan website menjadi salah satu media utama untuk mempromosikan

potensi wisata [1], [2]. Perkembangan teknologi yang sudah banyak digunakan untuk mencari informasi ialah dalam bentuk website atau situs yang bisa diakses oleh banyak orang melalui smartphone dengan akses internet[3]. Dalam rangka membangun dan mengenalkan masyarakat mengenai desa yang berpotensi sebagai tempat wisata, website dapat digunakan sebagai media promosi dan informasi bagi desa tersebut. [4], [5], [6], [7]

Desa Wisata Patengan, yang terletak di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, memiliki daya tarik wisata berupa perkebunan teh, hutan lindung, serta panorama alam yang menawan. Namun, potensi besar ini belum didukung oleh strategi promosi digital yang memadai. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya media komunikasi pemasaran digital yang terintegrasi serta rendahnya literasi teknologi perangkat desa dan warga. Saat ini, masing-masing daya tarik wisata di Desa Patengan masih mempromosikan secara terpisah, sehingga upaya pemasaran kurang efisien. Teknologi informasi seperti website dapat menjadi solusi untuk mengintegrasikan informasi dan promosi wisata secara lebih efektif [8], [9]. Sehingga dalam operasionalnya, setiap daya tarik wisata di wilayah Desa Wisata Patengan melakukan kegiatan pemasaran masing-masing [10].

Sejalan dengan pengertian dari desa wisata yaitu suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara tradisi yang berlaku [11]. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi perlu dilakukan salah satunya dengan Pembangunan Website untuk meningkatkan akses informasi Desa Wisata merupakan solusi untuk pengembangan potensi wisata di era industri 4.0. [12]. Website Desa Wisata adalah platform digital berupa website yang menghubungkan seluruh stakeholder pariwisata, mengintegrasikan seluruh kegiatan pariwisata serta memberikan kemudahan bagi seluruh wisatawan atau calon wisatawan menjelajahi pesona Desa Wisata Patengan melalui teknologi digital, kapan pun dan di mana pun.

Berdasarkan pendahuluan yang diuraikan maka rumusan masalah yang muncul karena kurangnya promosi atau pemasaran (marketing) mengenai potensi desa wisata ini, tim kami merumuskan beberapa rumusan masalah yaitu bagaimana membuat media komunikasi pemasaran digital yang berguna sebagai media penyampaian informasi bagi calon wisatawan Desa Wisata Goes Digital, di Desa Wisata Patengan dan cara penyampaian mengenai pengetahuan dan kapabilitas perangkat desa dan warga Desa Wisata Patengan mengenai pemanfaatan pemasaran digital [13][14]. Berdasarkan rumusan masalah terdapat manfaat yang signifikan untuk pengembangan desa wisata seharusnya dapat dirasakan oleh masyarakat luas, diantaranya:

1. Manfaat ekonomi, untuk meningkatkan pendapatan desa dan membuka lapangan kerja.
2. Manfaat sosial yaitu menjadi sarana untuk peningkatan keterampilan masyarakat.
3. Manfaat lingkungan seperti peningkatan infrastruktur dalam Pembangunan desa yang lebih maju.

Tujuan dari kegiatan ini adalah mengembangkan website sebagai media promosi Desa Wisata Patengan yang informatif dan mudah diakses, sekaligus meningkatkan keterampilan perangkat desa dalam pemasaran digital. Diharapkan program ini dapat mendukung pertumbuhan pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara berkelanjutan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **2.1. Tahapan Pelaksanaan**

#### **2.1.1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan**

Observasi dan wawancara dilakukan untuk memahami kebutuhan Desa Wisata Patengan terkait pemasaran digital. Hal ini mencakup identifikasi kendala dalam akses informasi dan literasi digital perangkat desa.

### 2.1.2. Pembangunan Website

Desain dan pengembangan website dilakukan untuk menyajikan informasi lengkap tentang daya tarik wisata, fasilitas, layanan, agenda acara, dan galeri foto. Website juga dilengkapi dengan fitur reservasi online untuk memudahkan wisatawan.

### 2.1.3. Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan mencakup pengelolaan website, teknik SEO, serta pembuatan konten menarik untuk promosi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan perangkat desa dalam menggunakan teknologi digital secara optimal.

### 2.1.4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan diberikan untuk memastikan perangkat desa mampu mengaplikasikan pelatihan dengan baik. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk mengukur efektivitas program.

## 2.2. Lokasi dan Peserta

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Wisata Patengan dengan melibatkan perangkat desa dan masyarakat setempat. Sebanyak 30 peserta mengikuti pelatihan, yang terdiri dari pengelola wisata dan perangkat desa.

## 2.3. Tahapan Pelaksanaan

### 2.3.1. Persiapan

Strategi yang digunakan dalam tahap persiapan ini adalah pendekatan dan penggalian informasi ke masyarakat sasaran yaitu Desa Wisata Patengan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan kendala yang dihadapi dalam operasional bisnisnya. Lalu memberikan masukan mengenai pentingnya penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan pemanfaatan media digital di era kemajuan teknologi informasi saat ini.

### 2.3.2. Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan ini dengan diadakannya kegiatan Workshop dan pendampingan terkait digital marketing strategy. Lalu mengimplimentasikan *digital promotion strategy* dalam upaya untuk meningkatkan brand awareness bagi calon wisatawan. Kegiatan ini dilakukan oleh para dosen bersama sama dengan mitra sasaran. Pendampingan dilakukan selama kurun waktu 3 bulan untuk melihat proses implementasi sistem di lapangan.

### 2.3.3. Evaluasi Program

Evaluasi program ini mengukur sejauh mana kepuasan masyarakat terhadap workshop yang diselenggarakan melalui kuisoner dan mengukur penilaian penggunaan serta tampilan *website* melalui penilaian *Mean Opinion Score* (MOS).



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pengembangan Website

Website Desa Wisata Patengan telah selesai dibangun dan memuat informasi lengkap tentang daya tarik wisata, fasilitas, layanan, agenda acara, dan reservasi online. Statistik awal menunjukkan peningkatan kunjungan situs hingga 35% dalam dua bulan pertama sejak peluncuran. Berdasarkan hasil uraian dari permasalahan diatas, Tim pengabdian masyarakat Telkom University membangun *Website* Untuk Meningkatkan Akses Informasi Desa Wisata Goes Digital, di Desa Wisata Patengan, Kec. Rancabali, Kabupaten Bandung. Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian skema desa binaan ini adalah sebagai peserta pendampingan yang akan menerima workshop digital marketing strategi dan berbagai alternatif dalam pemasaran berbasis digital, workshop digital promotion strategi dalam upaya untuk meningkatkan *brand awareness* bagi calon wisatawan dan pengelolaan *website* Desa Wisata.

#### 3.2. Peningkatan Keterampilan Digital

Pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman perangkat desa tentang pengelolaan website dan pemasaran digital. Skor kepuasan peserta pelatihan mencapai rata-rata 4,6 dari skala 5 berdasarkan kuesioner yang diberikan.

#### 3.3. Dampak terhadap Pariwisata

Dengan tersedianya media promosi digital yang terintegrasi, calon wisatawan kini dapat mengakses informasi dengan lebih mudah. Hal ini berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 20% dalam tiga bulan setelah implementasi.

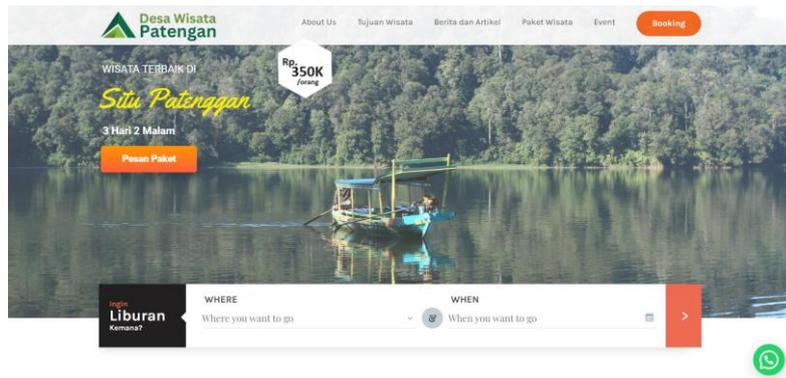
Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian skema desa binaan ini adalah sebagai peserta pendampingan yang akan menerima *workshop digital marketing strategy* dan berbagai alternatif dalam pemasaran berbasis digital.



Gambar 2. Foto Bersama Masyarakat Sasar Yaitu Perwakilan Staf Dan Masyarakat Sekitar.

Gambar 2 di atas merupakan hasil kegiatan dari pengabdian masyarakat melakukan observasi dan wawancara dengan pengelola desa wisata untuk memahami kebutuhan dan masalah yang dihadapi terkait pemasaran digital dan menyusun materi pelatihan yang mencakup dasar-dasar penggunaan dan pengelolaan website, serta strategi digital marketing.

Gambar 3 di bawah menunjukkan hasil *website* mengenai Desa Wisata Situ Patengan, *Website* telah selesai dibangun dan berfungsi sebagai media informasi dan promosi yang efektif. Menampilkan informasi lengkap tentang daya tarik wisata, fasilitas, layanan, dan agenda acara di Desa Wisata Patengan. *Website* berkontribusi besar dalam memperkenalkan desa wisata ke khalayak ramai. Dengan demikian, *website* ini menjadi solusi yang efektif dan menarik untuk mendukung wisata yang berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 3. Hasil Websitedesa Situ Patengan



Gambar 4. Pelatihan Pengelolaan Websitebagi Para Staf Dan Masyarakat Pengguna

Gambar 4 di atas menjelaskan, perangkat desa dan warga telah mendapatkan pelatihan dan menunjukkan pelatihan mencakup beberapa kegiatan diantaranya:

1. Pelatihan mengenai penggunaan media sosial, SEO, dan pembuatan konten menarik. Dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
2. Melakukan update konten secara berkala untuk memastikan informasi tetap relevan dan menarik.
3. Menambahkan fitur baru seperti sistem reservasi online, forum wisatawan, dan integrasi dengan media sosial.
4. Mengadakan sesi pelatihan lanjutan untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dan mengadakan workshop untuk pembuatan konten kreatif seperti video promosi dan fotografi wisata.
5. Menggunakan alat analisis untuk memonitor kinerja *websitedan* mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.



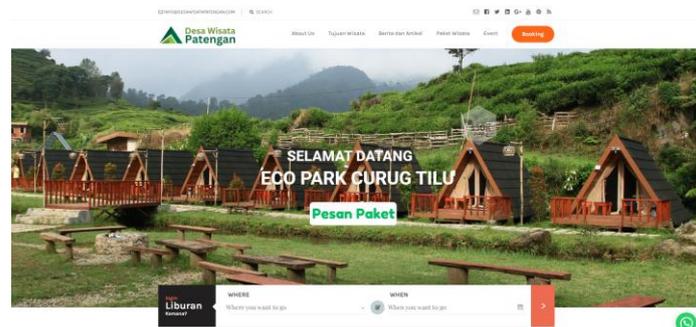
Gambar 5. Poster Promosi Desa Wisata Situ Patengan

Hasil dan dampak dari kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat, diantaranya:

1. *Website* yang dibangun telah berfungsi sebagai media informasi dan promosi yang efektif.
2. Perangkat desa menunjukkan peningkatan dalam pemahaman dan kemampuan menggunakan digital marketing.
3. Kemudahan dalam mengakses informasi tentang Desa Wisata Patengan, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Berikut fitur atau informasi yang terdapat dalam dashboard *website* untuk menunjang sebagai media informasi dan promosi dari Desa Wisata, sebagai berikut:

1. Fitur “*Where*” dan “*When*”, merupakan fitur yang dapat digunakan untuk masyarakat untuk melakukan reservasi atau mencari informasi tempat daerah liburan yang ada di Desa Patengan.



Gambar 6. Tampilan Informasi Tempat Dan Waktu Untuk Reservasi

2. Tampilan informasi mengenai Desa Wisata Situ Patengan, diharapkan masyarakat dapat mengenali informasi lebih dalam mengenai kawasan desa tersebut.



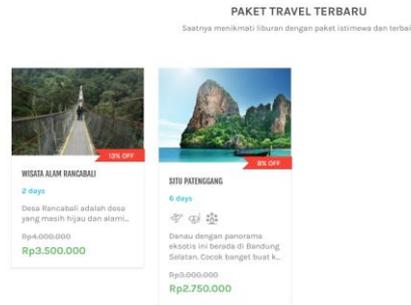
Gambar 7. Tampilan Informasi Desa Situ Patengan

3. Tampilan informasi mengenai foto dari beberapa lokasi wisata yang banyak diminati masyarakat di kawasan wilayah Desa Situ Patengan.



Gambar 8. Tampilan Referensi Lokasi Wisata Paling Diminati

4. Tampilan informasi mengenai harga paket wisata atau travel wisata yang ditawarkan oleh pengelola desa, diharapkan untuk menjadi media promosi dan pemasaran untuk meningkatkan perhatian dan minat wisatawan guna meningkatkan pendapatan desa tersebut.



Gambar 9. Tampilan Promosi Paket Wisata

5. Tampilan bagian “Berita dan Artikel” dan “Event”, menambah informasi kepada wistawan dan juga masyarakat mengenai berita yang terjadi pada Desa Situ Patengan.



Gambar 10. Tampilan Berita Dan Artikel Pada Websitedesa Wisata Situ Patengan



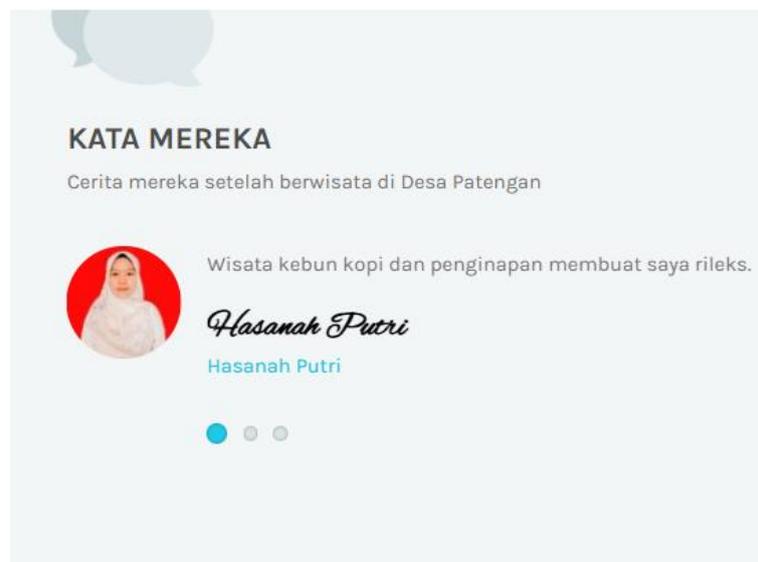
Gambar 11. Tampilan Event Pada Websitedesa Wisata Situ Patengan

6. Tampilan bagian “Booking”, merupakan bagian tampilan untuk mempermudah masyarakat atau wisatawan yang ingin reservasi liburan di Desa Patengan.



Gambar 12. Tampilan Booking Websitedesa Wisata Situ Patengan

7. Tampilan “Kata Mereka”, merupakan tampilan review bagi masyarakat atau wisatawan yang sudah pernah berwisata atau mengunjungi di beberapa lokasi wisata Desa Situ Patengan.



Gambar 13. Tampilan Kata Mereka Websitedesa Wisata Situ Patengan

Informasi mengenai Desa Wisata Situ Patengan dapat diakses melalui laman <https://desawisatapatengan.com/>. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan kesejahteraan masyarakat desa. Rencana kegiatan lanjutan dirancang untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Situ Patengan secara berkelanjutan, dengan harapan mampu menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat.

#### 4. KESIMPULAN

Pembangunan website sebagai media promosi Desa Wisata Patengan terbukti efektif meningkatkan akses informasi dan mendukung strategi pemasaran digital. Program ini juga berhasil meningkatkan keterampilan perangkat desa dalam memanfaatkan teknologi digital.

Dampak jangka panjangnya diharapkan dapat mendukung pengembangan Desa Wisata Patengan sebagai destinasi wisata digital yang berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan kepada Telkom University atas dukungan melalui hibah pengabdian kepada masyarakat skema desa binaan. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada mitra dan masyarakat Desa Wisata Situ Patengan atas kolaborasi dan partisipasi yang telah memungkinkan terlaksananya kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Sari, R. Ridwansyah, and E. Anggraeni, "Analisis Swot Pengembangan Wisata Halal Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Daerah Lampung," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, vol. 8, no. 1, 2024, doi: 10.31955/mea.v8i1.3673.
- [2] V. FATHIMAH, I. W. LESTARI, N. A. NABABAN, Y. K. LIMBONG, N. PARAMESWARI, and A. D. SIRAIT, "Menggali Potensi Pariwisata Melalui Pengembangan Media Sosial Destinasi Wisata Medan," *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, vol. 4, no. 1, 2024, doi: 10.51878/cendekia.v4i1.2766.
- [3] I. G. Y. A. Ambara, A. A. I. I. Paramitha, and I. Gst. A. P. D. Putri, "Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi," *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 408–414, Aug. 2024, doi: 10.59431/ajad.v4i2.354.
- [4] D. T. Kurniawan, A. Prasasti, R. Fitri, I. S. Anugrahani, and Y. I. Kusnayain, "Pembuatan Website Wisata Desa Gajahrejo Dalam Meningkatkan Daya Saing Sebagai Desa Wisata Sekaligus Memasarkan Produk Unggulan Desa," *Journal of Community and Development*, vol. 1, no. 1, pp. 10–16, Oct. 2020, doi: 10.47134/comdev.v1i1.3.
- [5] R. R. Marlina, W. Sejati, W. A. Nisa, U. Pujayanti, R. Sopian, and W. Noergana, "Rancang Bangun Website Desa Citengah untuk Pengembangan Promosi Potensi Desa," *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, vol. 6, no. 1, p. 193, Jun. 2022, doi: 10.30595/jppm.v6i1.7667.
- [6] I. A. P. D. T. Dewi, N. W. Utami, and H. S. Alam, "Pengembangan Website Desa Wisata untuk Optimalisasi Promosi Pariwisata di Desa Singapadu Kaler," *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 304–312, Aug. 2024, doi: 10.59431/ajad.v4i2.340.
- [7] M. K. M. Nasution, I. Jaya, S. M. Hardi, and P. I. Nainggolan, "Pemanfaatan Website Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Desa Liang Muda," *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, vol. 8, no. 2, Dec. 2022, doi: 10.31602/jpaiuniska.v8i2.6579.
- [8] D. Fadhlurrohman, Z. A. Gultom, F. Rizky, F. A. Siregar, M. A. P. Tanjung, and A. Alhamidy, "Pengembangan Parawisata Dengan Inovasi Digitalisasi Melalui Platfrom Blogger Pada Desa Kedai Gadang Kabupaten Baru," *ABDIMAS IPTEK*, vol. 4, no. 1, 2024, doi: 10.53513/abdi.v4i1.9505.
- [9] T. R. Ilyas, R. E. Deka, M. F. A. Batau, M. F. bin Ismail, and A. Chanafi, "Strategi pengembangan desa wisata dengan pendekatan tourism digital marketing," *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, vol. 4, no. 4, 2024, doi: 10.33474/jp2m.v4i4.21125.
- [10] F. G. Pratama and G. Kurnia, "Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus: Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung)," *JURNAL ILMIAH MAHASISWA AGROINFO GALUH*, vol. 5, no. 1, p. 1014, Feb. 2019, doi: 10.25157/jimag.v5i1.1572.
- [11] S. N. Fauziah and L. Warlina, "Identifikasi Potensi Pengembangan Agrowisata di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat," *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, vol. 18, no. 1, pp. 45–53, Mar. 2022, doi: 10.14710/pwk.v18i1.35473.
- [12] Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat, *Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat*. 2017. Accessed: Jan. 06,

2025. [Online]. Available: <http://bappeda.jabarprov.go.id/documents/rencana-besar-pengembangan-destinasi-wisata-kelas-dunia-provinsi-jawa-barat/>
- [13] N. Wibisono, L. Setiawati, W. Senalasari, and W. Rafdinal, *Model Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Kawasan Pariwisata Desa Patengan – Kabupaten Bandung*. Kab. Nganjuk, Jawa Timur: CV. Dewa Publishing, 2022. Accessed: Jan. 06, 2025. [Online]. Available: [https://www.researchgate.net/profile/Lina-Setiawati/publication/368818643\\_Model\\_Strategi\\_Pengembangan\\_Pariwisata\\_Berkelanjutan\\_Di\\_Kawasan\\_Pariwisata/links/63fb448bb1704f343f828148/MODEL-STRATEGI-PENGEMBANGAN-PARIWISATA-BERKELANJUTAN-DI-KAWASAN-PARIWISATA.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Lina-Setiawati/publication/368818643_Model_Strategi_Pengembangan_Pariwisata_Berkelanjutan_Di_Kawasan_Pariwisata/links/63fb448bb1704f343f828148/MODEL-STRATEGI-PENGEMBANGAN-PARIWISATA-BERKELANJUTAN-DI-KAWASAN-PARIWISATA.pdf)
- [14] A. Ariesmansyah and R. H. B. Ariffin, "Peningkatan Kompetensi Aparat Desa Melalui Pelatihan Kolaborasi dalam Pengelolaan Wisata Kopi di Desa Patengan Kabupaten Bandung," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, vol. 2, no. 4, pp. 215–220, Aug. 2023, doi: 10.55927/jpmp.v2i4.5503.